

様式3

令和4年度 第1回学校運営協議会評価報告書

鳥取県立鳥取湖陵高等学校

学校長 若林 安德

評 価 日	令和4年6月17日（金）	
	評 価・提 言	学校の所見・改善策
<p>1 目標設定について 特になし。</p> <p>2 評価項目と目標達成のための取組について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年々時間外業務時間が減少しているが、業務改善としてどのように取り組んでいるか。 ・「一人一台端末」の有効活用について、Chromebookを生徒は持ち帰っているのか。Chromebookのセキュリティは大丈夫か。 ・大学はタブレット型端末を段々持って来なくなり、手軽なスマホに移行する傾向。課題作成・提出もスマホを利用している学生がいる。湖陵の授業を見て、キーボードを使っているので安心した。 <p>3 具体目標について 特になし。</p> <p>4 目標達成のための具体方策について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観点別学習評価について、中学校は昨年度から実施。A～Cをどう5段階に評価していくか学校によって違う。学校に任されている部分を統一してほしい。中学校は評価が高校入試と直結するので課題がある。 ・保護者への情報発信源としてHPは有効。トップページに文字が多いだけ見ない人もいるので、写真をメインにトップページを構成してはどうか。YouTubeも最初の5秒が勝負とよく言われる。続きが見たいと思ってもらえるような工夫が必要。 ・体験入学や湖陵フェスタなども必要だが、今どきの中学生にはYouTubeやインスタなどが効果的。ただし、そのYouTubeやインスタにどうたどり着かせるか。中学生は長い動画は見ない。短いティックトックやキャッチーなものを見る。 ・学校案内の裏表紙にInstagramのQRコードを掲載してはどうか。また、既存のYouTubeのコードに 	<ul style="list-style-type: none"> ・部活動の在り方の改善や定時退庁の推進等により改善傾向。 ・Chromebookは持ち帰らせ自宅での活用を推進。Chromebookは県の管理端末なので安全。 ・1年はChromebook主体で使用。校内Wi-Fiを適切に運用しスマホ等の利用方法を今後も検討していく。 ・A～Cの区分も不明瞭な部分がある。評価が適切に運用できるよう今後も取り組んでいく。 ・受け手側の意識を発信者（学校）も持つことが大事。中学生が見たくなるような学校HPになるよう創意工夫していく。 ・SNSを利用する中学生も多くなっているが、それに対応できるよう学校としても積極的に今後も配信していく。 ・InstagramのQRコード掲載については今後検討したい。 	

YouTube のロゴをいれてはどうか。著作権の問題があるかもしれないが、目を引いて中学生に見てもらうチャンスが増えるのではないか。

- 動画の集中力は15分程度。大学ではオンラインで90分一気に授業するより、小見出しをつけて4～5本の短編にする方が学生は取り組みやすいようだ。
- 複数学科が定員割れしている状況をふまえ、中学生に専門学科の魅力はどうアピールしていくかが課題。専門高校に行けば何になれるかを小中学生に示すことが重要。最新技術や技能、科を超えた取組などもっと伝えてはどうか。全体的に専門高校への進学者が少なくなっている中どう特色付けるか。
- 学校は地域の状況をもっと知る必要がある。地域の高齢者にはデジタル化が浸透していない部分がある。高校通信（紙ベース）等を町内へ回覧すると多くの地域住民が鳥取湖陵高校を知る機会となる。
- 小学校の参観日は、町内に学校のことを宣伝できる場として位置づけ、できる限り地域の人に来てもらえるようにしている。人を呼ぶことは大事。鳥取湖陵高校も学校の良さを知る機会・チャンスをつくるべき。これを学びたいので鳥取湖陵高校に行くというような、魅力をアナウンスする。
- 湖山地域を中心に幼保小中に広く発信していく。小学校では鳥取空港に子どもの絵を展示してもらうなど地域に協力してもらっている。鳥取湖陵高校も地域の人と一緒にやっていくことが必要ではないか。地域に開かれた面白い学校にしていく。
- 写真部の作品を公民館などの展示スペースに置いてもらうなど情報発信を積極的にしてはどうか。
- 鳥取湖陵高校の加工品は人気がある。本園で加工品販売をしてもらえば、保護者の口コミの影響は大きいので良いPRになる。鳥取湖陵高校との花植え実習や保育体験は保護者にも好評。
- 他校の加工品販売例があるので、他の学校・施設等で出張販売、予約販売してもらってはどうか。

YouTube のロゴ使用についてはライセンス契約が必要なので難しい。

- ICT活用授業では、生徒の集中力や効率を考慮して時間設定等を工夫し学習効果を高めたい。
- 入学者の定員割れについては本校の大きな課題。特長や魅力を伝える手段として今後も学校HPや学校案内、オープンスクール(8月)、湖陵フェスタ(11月)等、最大限活用していきたい。
- 本校の卒業生の進路先は地元が多い。県外に出ても資格を取り地元に戻る生徒もいる。今後も地域を支える人間を育てたい。
- 湖陵フェスタや参観週間など学校活動を積極的に地域へも発信し、直接足を運んでいただき本校を知っていただく機会をもっと増やしていく。
- 学校HPで生徒の作品や実習、課題研究等の取り組みを紹介するだけでなく、地域の公共施設を利用して、実際に展示や発表の機会を設けるよう地域連携を更に推進していく。
- 本校の生産物や生産加工品は多岐にわたり地域の消費者のニーズもあるので、もっと積極的に販売促進を図っていく。その中で専門高校への理解や興味関心を深めてもらい志願者増につなげる。